

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในปัจจุบันนี้โทรทัศน์ได้เข้ามามีบทบาทต่อสังคมไทยเป็นอย่างมาก ภาพยนตร์โฆษณา จึงเป็นอีกสื่อหนึ่ง ที่นักโฆษณาหันมาให้ความสำคัญที่จะสื่อสารกับผู้ชมทางบ้านมากขึ้น แม้ว่าจะมีระยะเวลาที่ค่อนข้างจำกัดและมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง แต่ก็ถือได้ว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า เนื่องจากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้ตามต้องการ อีกทั้งองค์ประกอบของภาพยนตร์โฆษณานั้น จะมีความสมบูรณ์ทั้งทางด้านของภาพและทางด้านของเสียง เพื่อที่จะนำมาใช้ในการดึงดูดความสนใจให้เกิดความรู้สึกคล้อยตามในสิ่งที่ต้องการนำเสนอได้ ซึ่งจะทำให้ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องซุคนั้นๆมีประสิทธิภาพสูงสุดทั้งในด้านการโฆษณา และในด้านการตลาดควบคู่กันไป

ภาพยนตร์โฆษณาในทุกวันนี้ จึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีประโยชน์อย่างมากกับตัวผู้บริโภค ที่จะในการนำเสนอรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ดีกว่ามาสู่สังคม อาทิเช่น การโฆษณาเพื่อขายสินค้าและบริการใหม่ๆ ภาพยนตร์โฆษณาในยุคนี้จึงมิใช่แค่เพียงศิลปะในการขาย “ยี่ห้อ” เท่านั้น แต่เป็นการขายรูปแบบชีวิตใหม่ๆให้กับผู้บริโภค ซึ่งจัดเป็นความพยายามในการที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบชีวิตของคน คู่แข่งของสินค้าชนิดนี้จึงมิใช่แค่เพียงสินค้าชนิดเดียวกันแต่ต่างยี่ห้อ แต่จะเป็นรูปแบบชีวิตที่ผู้บริโภคเคยชิน โฆษณาในยุคนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อรองรับเทคโนโลยีต่างๆที่ทันสมัยซึ่งเกิดขึ้นภายในสังคม โดยโฆษณาจะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับวิวัฒนาการที่ทันสมัยของสินค้าชนิดนั้นๆด้วย

ในการนำเสนอภาพยนตร์โฆษณาแต่ละเรื่องนั้น จึงจำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาทางความคิดที่จะต้องสร้างสรรค์ความแปลกใหม่ ซึ่งจะเป็นการนำเอาเทคโนโลยีอันทันสมัยต่างๆเข้ามาประยุกต์ใช้ในงานการผลิตภาพยนตร์โฆษณา โดยจะช่วยให้ภาพยนตร์โฆษณานั้นๆมีความโดดเด่นและมีความแตกต่างอันเป็นเอกลักษณ์ที่จะสร้างความจดจำให้กับตัวผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งหลักในการผลิตภาพยนตร์โฆษณาให้ประสบความสำเร็จนั้น ต้องอาศัยปัจจัยต่างๆมากมายโดยเฉพาะในเรื่องของ “ความคิดหลักและบทบาทภาพยนตร์โฆษณา”

ความคิดหลักในโฆษณานั้นจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะแม้ว่าภาพยนตร์โฆษณานั้น จะถูกสร้างขึ้นมาอย่างดีและมีความสมบูรณ์แล้วก็ตาม แต่ถ้าขาดความคิดหลักที่ดีแล้ว ภาพยนตร์โฆษณานั้นๆก็ไม่สามารถประสบความสำเร็จไปได้ เพราะความคิดหลักในภาพยนตร์โฆษณานั้น ก็เป็นเสมือนโครงร่างที่จะใช้เป็นแนวทางในการผลิตภาพยนตร์โฆษณา เพราะเมื่อมีความคิดหลักที่ดีแล้วก็จะย่อมมีบทบาทภาพยนตร์โฆษณาที่ดีตามไปด้วย

สำหรับความคิดหลักที่จะทำการสื่อสารกับผู้ชมนั้น ไม่จำเป็นต้องเป็นความคิดที่ยิ่งใหญ่ แต่ควรเป็นความคิดที่ใหม่และแสดงออกมาในทิศทางที่เป็นที่พอใจให้กับผู้ชม ภาพยนตร์โฆษณา จึงจำเป็นต้องมีความคิดหลักซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดโครงเรื่อง (Theme) หลังจากนั้น จึงระบุรายละเอียดในส่วนประกอบต่างๆ ที่จะช่วยชักนำผู้ชมให้ไปสู่วัตถุประสงค์ที่ได้วางเอาไว้ โดยแนวคิดนั้นจะต้องมีความสอดคล้องกับโครงเรื่อง ที่จะต้องเข้าใจถึงความสัมพันธ์ของสินค้ากับผู้ชม สำหรับการกำหนดโครงเรื่องแต่ละเรื่องนั้นย่อมดึงดูความสนใจของผู้ชมได้ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน จึงต้องเลือกสถานการณ์ที่ดีที่สุดและคาดว่าจะมีอิทธิพลเหนือผู้ชมให้มากที่สุด

ความคิดหลักที่คืบนั้นย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยในหลายๆส่วน อาทิเช่นต้องคำนึงถึงงบประมาณที่จะใช้ในการผลิต เพราะแม้ว่าจะมีแนวความคิดหลักที่ดีแต่ถ้าขาดงบประมาณที่จะใช้ในการผลิตก็ย่อมไม่เกิดประโยชน์ใดๆขึ้นมา สำหรับการสร้างแนวคิดที่คืบนั้นจะต้องหาข้อมูลที่เป็นในหลายๆส่วน ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการตลาด ข้อมูลที่เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ตลอดจนข้อมูลของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ที่ต้องใช้ผลจากการวิจัยเพื่อใช้ในการอ้างอิง เพราะการวิจัยนี้เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความคิดหลักได้ดีที่สุด

สำหรับบทบาทภาพยนตร์โฆษณาที่คืบนั้น คือ บทที่เขียนขึ้นมาโดยเข้าใจในหลักการของการผลิตภาพยนตร์โฆษณา นั่นก็คือ การอาศัยหลักการของความสอดคล้องและกลมกลืนกันของศิลปะที่มาผสมผสานกับการสร้างความหมายทางภาพยนตร์ (Cinematic) ที่เน้นความสำคัญของแสง สี เสียง ฉาก มุมกล้อง และการเคลื่อนไหว

นอกจากนั้นแล้วความสมบูรณ์ของรูปแบบและเนื้อหาที่น่าเสนอในภาพยนตร์โฆษณา ย่อมมีส่วนในการสร้างความรู้สึกพึงพอใจและความประทับใจได้ ผู้กำกับจึงต้องเป็นผู้ที่รู้จักอาศัยความได้เปรียบในด้านของภาพและเสียงตลอดจนเทคนิคต่างๆเหล่านี้ เพื่อช่วยในการสร้างภาพยนตร์โฆษณาให้มีเอกลักษณ์พิเศษเป็นของตัวเอง ซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้ควรคำนึงถึงความเหมาะสมเป็นหลัก โดยไม่เน้นในส่วนใดส่วนหนึ่งเป็นสำคัญ เช่น การใช้เทคนิคที่ก้าวล้ำนำเนื้อหาเพียงเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกสนใจ ก็อาจทำให้ภาพยนตร์โฆษณานั้นๆขาดความหมายและทิศทางที่ชัดเจนในที่สุด

ในด้านของการนำเสนอควรตั้งอยู่บนรากฐานของความง่าย ไม่ซับซ้อนจนยากที่จะเข้าใจ ได้ว่าต้องการบอกกล่าวอะไรกับผู้ชม การผลิตงานที่ซับซ้อนคลุมเครือและไม่มีใครสามารถเข้าใจได้ ก็ถือได้ว่าการผลิตภาพยนตร์โฆษณานั้นๆล้มเหลว ดังนั้นในกรณีที่ต้องมีการผลิตงานที่มีรูปแบบซับซ้อนก็ควรเป็น “ความซับซ้อนที่เข้าใจง่าย” คือ ง่ายพอที่ผู้ชมส่วนใหญ่จะสามารถเข้าใจได้ถึงวัตถุประสงค์ของการโฆษณานั้น รวมทั้งต้องมีความชัดเจนในสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้น ภายหลังจากที่ได้ชมภาพยนตร์โฆษณานั้นแล้ว

สำหรับในขั้นตอนของการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาของบริษัทผลิตภาพยนตร์โฆษณา นี่จึงเป็นอีกช่วงเวลาหนึ่งที่ความคิดสร้างสรรค์สามารถเกิดขึ้นได้ โดยเฉพาะในช่วงของการถ่าย ทอดแนวความคิดจากจินตนาการลงบนแผ่นฟิล์ม เพื่อให้การสื่อสารสามารถทำได้อย่างสมบูรณ์ที่ สุด ไม่ว่าจะเป็นการตีความหมายจากบทภาพ (Storyboard) การหาวิธีปฏิบัติ การวางแผนภาพ รวมทั้งการถ่ายทำที่ต้องอยู่บนพื้นฐานของสถานการณ์ที่มีความเหมาะสมและมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งการ สร้างสรรค์นี้ต้องทำวิธีใดจึงจะสามารถถ่ายทอดเรื่องราวของ “บท” ให้กลายเป็นภาพและเสียงที่มีความ ถูกต้องและมีความสมจริงตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

ในการสร้างภาพยนตร์โฆษณาที่มีจุดขายมากเกินไป ก็อาจทำให้ผู้ชมไม่สามารถจดจำได้ ทั้งหมดและทำให้เกิดความสับสนขึ้นได้ สำหรับการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาให้ผลผลิตออกมาตาม บทภาพนั้น อาจทำให้งานที่ออกมานั้นดูสวยงามได้ แต่ในการนำเสนอที่จะเสนอผ่านไปยังผู้ชมนั้น จำเป็นที่จะต้องมีความน่าสนใจและมีความแปลกใหม่ เพื่อที่จะสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นกับผู้ ชม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการนำเสนอสิ่งที่คนทั่วไปไม่ค่อยได้เห็นหรือไม่เคยได้เห็นมาก่อนเลย ก็ จะเป็นผลดีต่อการสร้างความจดจำเกี่ยวกับตัวสินค้าได้มากขึ้น

การสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณา จึงเป็นงานศิลปะรูปแบบหนึ่ง ซึ่งไม่ใช่ศิลปะเพื่อศิลปะ แต่เป็นศิลปะเพื่อการขาย เป็นศิลปะเพื่อธุรกิจ การจัดทำบทภาพยนตร์โฆษณา จึงต้องตั้งอยู่บน รากฐานของศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ที่ดี การถ่ายทอดแนวความคิดจากจินตนาการในบทภาพ มาสู่การเคลื่อนไหวบนแผ่นฟิล์มนี้ จึงเป็นงานที่มีความซับซ้อนซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของ บท และ ทฤษฎีต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ ซึ่งในการปฏิบัติงานจริงๆอาจต้องมีการแก้ไขใน ส่วนต่างๆเพื่อให้เข้ากับเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ ดังนั้นภาพยนตร์โฆษณาที่ผลิติดอกมา จึงขึ้นอยู่กับแนวความคิด ประสบการณ์ ฯลฯ ความคิดสร้างสรรค์อันเกิดขึ้นเฉพาะตัวของบริษัท ผลิตภาพยนตร์โฆษณา ในการที่จะนำมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมและได้ผลโดยถูกต้องและตรง ตามสถานการณ์ในการผลิตภาพยนตร์โฆษณา ดังนั้นการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาจึงต้อง คำนึงถึงการตอบสนองความต้องการที่มีในบทภาพ (Storyboard) ได้อีกประการหนึ่งด้วย

ดังนั้นในการเป็นนักสร้างสรรค์ที่ดี จึงต้องสามารถทำงานภายใต้ความกดดันต่างๆได้เสมอ โดยเฉพาะในงานที่เกี่ยวข้องกับงบประมาณและระยะเวลา ซึ่งในงานแต่ละชิ้นนั้นจะต้องมีเส้นตาย (Deadline) ที่กำหนดเอาไว้ ซึ่งจะเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งในการทำงาน แต่การมีความพยายามและความรับผิดชอบนั้น จะช่วยให้นักสร้างสรรค์ทั้งหลายสามารถทำงานในสภาวะเช่นนี้ได้โดยไม่ กระทบกระเทือน ทั้งยังสามารถสร้างงานได้โดยปราศจากข้อผิดพลาด ทำให้งานทุกชิ้นที่จะผลิติดอก มานั้น “ดีที่สุดใน” เสมอ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการผลิตภาพยนตร์โฆษณาดีๆซักชุดนั้น ถ้าปฏิบัติงานตาม ขั้นตอนและหลักการต่างๆแล้ว ก็จะไม่พบว่างานที่ดีที่สุดที่เห็นอยู่นั้น ไม่ยากเกินกว่าสติปัญญาและความสามารถของผู้ที่มีความตั้งใจจริง